

REPRESENTASI AKULTURASI BUDAYA DALAM IKLAN
(Analisis Semiotika Iklan Pariwisata Wonderful Indonesia Episode East Java)

SKRIPSI

Disampaikan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Malang Jurusan Ilmu Komunikasi
Untuk Memperoleh Gelar Strata 1 (S-1)



Disusun Oleh:

Wahyu Fiddiyan
201210040311032

Dosen Pembimbing:

Dr. Muslimin Machmud, M.Si.

Novin Farid Styowibowo, M.Si.

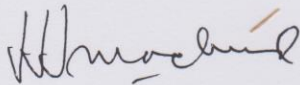
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2019

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Wahyu Fiddiyan
NIM : 201210040311032
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : FISIP
Judul Skripsi : REPRESENTASI AKULTURASI BUDAYA DALAM
IKLAN (Analisis Semiotika Iklan Pariwisata "Wonderful Indonesia"
Episode "East Java")

Disetujui,

Pembimbing I



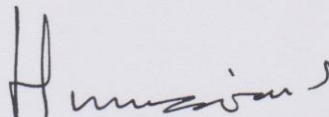
Dr. Muslimin Machmud, M.Si

Pembimbing II



Novin Farid Setyo W, M.Si

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



M. Himawan Sutanto, M.Si.

REPRESENTASI AKULTURASI BUDAYA DALAM IKLAN
(Analisis Semiotika Iklan Pariwisata Wonderful Indonesia Episode East Java)

Diajukan Oleh :

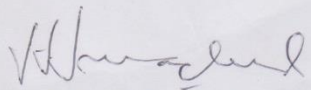
WAHYU FIDDIYAN

201210040311032

Telah disetujui

Pada hari / tanggal, *Senin / 22 juli 2019*

Pembimbing I



Dr. Muslimin Machmud, M.Si

Pembimbing II




Novin Farid Setvo W, M.Si

Wakil Dekan 1



Dr. Estu Kurniawati, M.Si

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



M. Himawan Sutanto, M.Si

SKRIPSI

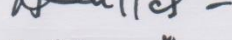

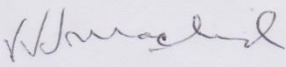
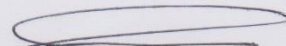
Dipersiapkan dan disusun oleh :

Wahyu Fiddiyan
201210040311032

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Pada hari Senin, 22 juli 2019
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

- | | |
|-----------------------------------|--|
| 1. Nasrullah, M.Si | () |
| 2. Winda Hardyanti, M.Si | () |
| 3. Muslimin Machmud, M.Si., Dr. | () |
| 4. Novin Farid Setyo Wibowo, M,Si | () |

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Dr. Dra. Estu Kurniawati, M,Si

**LEMBAR PERSETUJUAN
DETEKSI PLAGIASI**

SKRIPSI/~~TESIS~~/DISERTASI DENGAN JUDUL:*)

REPRESENTASI AKULTURASI BUDAYA DALAM IKLAN
(Analisis Semiotika Iklan Pariwisata “Wonderful Indonesia” Episode “East
Java”)

Oleh:

Nama : Wahyu Fiddiyan

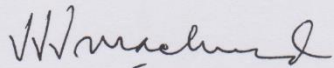
NIM : 201210040311032

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi.


Menyetujui,

Malang, 28 - Juni 2019

Pembimbing I/~~Promotor~~


Dr. Muslimin Machmud, M.Si
NIP.....

Pembimbing II/~~Promotor~~
















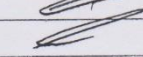

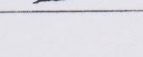

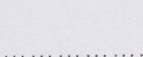

Novin Farid Setyo W, M.Si
NIP.....

(*) Coret yang tidak perlu

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

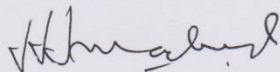
1. Nama : Wahyu Fiddiyan
2. NIM : 201210040311032
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : FISIP
5. Judul Skripsi : REPRESENTASI AKULTURASI BUDAYA DALAM
IKLAN (Analisis Semiotika Iklan Pariwisata Wonderful Indonesia Episode East Java)
6. Pembimbing : Dr. Muslimin Machmud, M.Si
Novin Farid Setyo W, M.Si

7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing I	Paraf Pembimbing II
9/8/2016	Acc judul skripsi		
15/12/2016	Bab 1-3		
15/3/2017	Revisi bab 1-3		
5/11/2017	Acc seminar proposal		
28/2/2018	Resume		
7/4/2018	Sempro di sengkaling		
30/9/2018	Instrumen penelitian		
5/1/2019	Bab 4-5 analisis		
17/3/2019	Revisi bab 5		
25/5/2019	Revisi bab 6 lengkapi daftar		

Malang,
Disetujui

Pembimbing I



Dr. Muslimin Machmud, M.Si

Pembimbing II



Novin Farid Setyo W.,M.Si

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penayang, kami panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, serta salah dan solawat kepada Nabi dan Rasul Akhir zaman, Nabi Muhammad SAW, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“REPRESENTASI AKULTURASI BUDAYA DALAM IKLAN (Analisis Semiotika Iklan Pariwisata “Wonderful Indonesia” Episode “East Java”)**”

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.

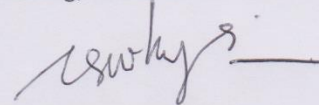
Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya bekal ilmu pengetahuan, dorongan dan bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak, peneliti tidak mungkin dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. **Allah SWT** yang telah memberikan kesehatan, kemudahan dan kelancaran dalam menempuh pendidikan, semoga ilmu yang didapat barakah dan dapat bermanfaat bagi orang lain, bangsa dan agama.
2. Kedua orang tua peneliti, **Ayah Asril** dan **Ibu Syaftinar** tercinta yang telah memberikan kasih sayang, doa, semangat, dan dukungan yang luar biasa kepada peneliti selama perjalanan kuliah hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak **Drs. H. Fauzan, M.Pd.**, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak **Dr. Rinikso Kartono, M.S.i**, selaku Dekan fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak **M. Himawan Sutanto, M.Si** selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Bapak **Dr. Muslimin Machmud, M.Si** selaku dosen pembimbing pertama yang dengan sabar telah membimbing, memberikan ilmu, dorongan, dan masukan yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.

7. Bapak **Novin Farid Styo Wibowo, M.Si** selaku dosen pembimbing kedua yang dengan sabar telah membimbing, memberikan ilmu, dorongan, dan masukan yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
8. Seorang perempuan istimewa inisial (SHS) yang selalu sabar dan mengerti perjalanan peneliti dalam mengerjakan skripsi ini serta selalu memberikan kasih sayang dan menjadi motivasi peneliti.
9. **Ipan, Tamzil, Eka, Septia, Dani, Arif**, sahabat sekaligus saudara dalam perantauan yang berjuang bersama dari awal perkuliahan hingga saat ini dan saling memotivasi untuk menyelesaikan penelitian skripsi. Semoga persahabatan ini tetap terjalin selamanya.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang secara langsung maupun tidak langsung membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan, oleh karenanya penulis mengharapkan adanya saran yang dapat memperbaiki kekurangan skripsi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya. Amin.

Malang, 16 Juli 2019



Wahyu Fiddiyan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	v
BERITA ACARA BIMBINGAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Media Massa dan Iklan	11
2.1.1 Media Massa	11
2.1.2 Media Iklan	11
2.2 Representasi Akulturasi Budaya Dalam Iklan	12

2.3	Komunikasi Antarbudaya Dalam Akulturasi	13
2.4	Semiotika Dan Teks Iklan	19
2.5	Membaca Visual Iklan dengan Semiotik Pierce.....	21
2.6	Membaca Representasi Lewat Semiotik	22
2.7	Teori Triadic (Segitiga Makna) Charles Sanders Peirce	22
2.8	Fokus Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN.....		27
3.1	Pendekatan Penelitian.....	27
3.2	Tipe dan Dasar Penelitian.....	27
3.3	Tempat ,Waktu dan Ruang Lingkup Penelitian	28
3.4	Teknik Pengumpulan Data	28
3.5	Instrumen Penelitian.....	29
3.6	Unit Analisis.....	29
3.7	Teknik Analisis Data	30
BAB IV TINJAUAN UMUM.....		32
4.1	PROFIL SINGKAT PROVINSI JAWA TIMUR	32
4.1.1	Letak Geografis.....	32
4.1.2	Sejarah Tawa Timur.....	33
4.1.3	Relief.....	35
4.1.4	Hidrografi.....	36
4.1.5	Iklim	36
4.1.6	Penduduk Jawa Timur.....	37
4.1.7	Seni dan Budaya.....	40
4.1.8	Perekonomian.....	43

4.1.9	Sosial.....	44
4.1.10	Pariwisata Jawa Timur	46
4.1.11	Kota-kota.....	46
4.1.12	Kawasan Lindung.....	47
4.2	BRAND PARIWISATA “WONDERFUL INDONESIA”	49
4.3	“WONDERFUL INDONESIA” episode ‘EAST JAVA’	50
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		53
5.1	Hasil Penelitian.....	53
5.1.1	Wujud Akulturasi Dalam Kesenian	55
5.1.2	Akulturasi Budaya, Suku, dan Tradisi	70
5.1.3	Akulturasi pada Candi.....	77
5.1.4	Akulturasi pada Desain Bangunan, Interior, dan Transportasi.....	78
5.1.5	Akulturasi Budaya Modern	94
5.1.6	Akulturasi pada Kuliner	96
5.1.7	Akulturasi dalam Gaya Busana	97
5.2	Pembahasan	99
5.2.1	Analisis Semiotika pada Iklan.....	100
BAB VI PENUTUP		104
6.1	Kesimpulan.....	104
6.2	Saran	104
DAFTAR PUSTAKA		106

DAFTAR GAMBAR

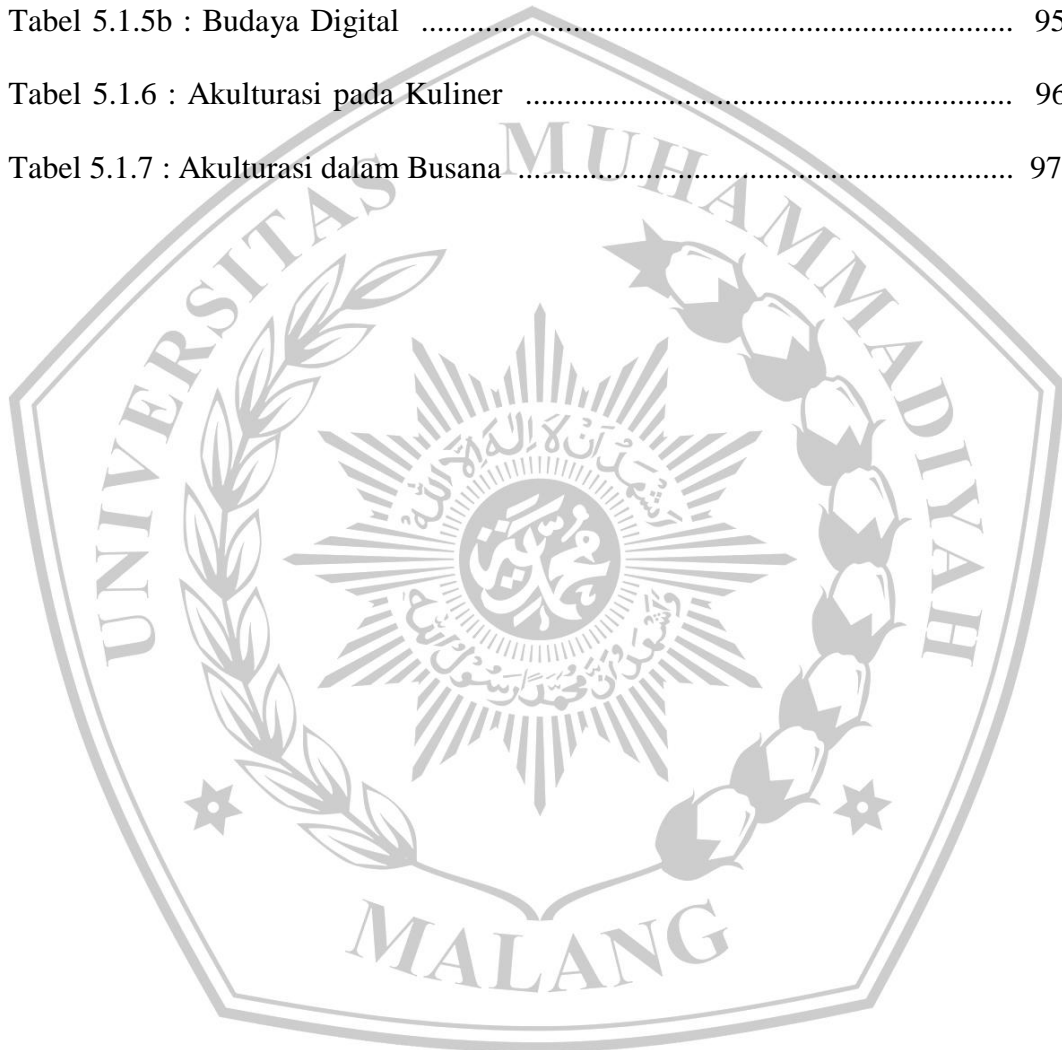
Gambar 1.1 : Proses Akulturasi	19
Gambar 1.2 : Teori Segitiga Makna (Triangle of meaning)	23

Gambar 4.1.a : Peta Provinsi Jawa Timur	32
Gambar 4.1.b : Suku Madura	37
Gambar 4.1.c : Masjid Cheng Ho di Surabaya	39
Gambar 4.1.d : Singo Ulung dalam aktraksinya	41
Gambar 4.1.e : Taman Nasional Baluran	48
Gambar 4.2.a : Logo Iklan Wonderful Indonesia dan Official Tourism Website	50
Gambar 4.2.b Beberapa Video Iklan Wonderful Indonesia di YouTube.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Jenis Tanda dan Cara Kerjanya	24
Tabel 2.2 : Tabel Analisis Penelitian berdasarkan Teori Segitiga Makna Peirce	25
Tabel 5.1.1a : Wayang Potehi	55
Tabel 5.1.1b : Topeng Malangan	57
Tabel 5.1.1c : Pagelaran Tari Topeng Malangan	59
Tabel 5.1.1d : Pertunjukan Kesenian Bantengan	62
Tabel 5.1.1e : Tari Remo dan Reog Ponorogo	64
Tabel 5.1.1f : Pagelaran Tari Gandrung	67
Tabel 5.1.2a : Suku Tengger di Bromo	70
Tabel 5.1.2b : Simbol Budaya Tionghoa	73
Tabel 5.1.2c : Karapan Sapi Madura	75
Tabel 5.1.3 : Candi Singosari	77
Tabel 5.1.4a : Alat Transportasi	78
Tabel 5.1.4b : Jembatan Suramadu	80

Tabel 5.1.4c : Unsur Budaya Tionghoa pada Desain Bangunan	83
Tabel 5.1.4d : Unsur Budaya Eropa pada Desain Bangunan	88
Tabel 5.1.4e : Unsur Budaya Jawa pada Interior	90
Tabel 5.1.4f : Unsur Budaya Belanda pada Desain Arsitektur	93
Tabel 5.1.5a : Budaya Modern	94
Tabel 5.1.5b : Budaya Digital	95
Tabel 5.1.6 : Akulturasi pada Kuliner	96
Tabel 5.1.7 : Akulturasi dalam Busana	97



ABSTRAK

Wahyu Fiddiyan, 201210040311032. **Representasi Akulturasi Budaya Dalam Iklan (Analisis Semiotika Iklan Pariwisata “Wonderful Indonesia” Episode “East Java”)**, Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP, UMM.

Pembimbing : (I) Dr. Muslimin Machmud, M.Si (II) Novin Farid Setyo W, M.Si

Kata Kunci : Akulturasi Budaya, Komunikasi Antarbudaya, Representasi, Iklan, Semiotika Peirce

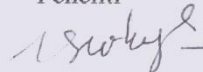
Iklan pariwisata di Indonesia adalah media yang sangat bagus untuk memperkenalkan pada dunia mengenai berbagai potensi pariwisata yang ada di berbagai daerah di Indonesia. Tak hanya potensi alam dan pemandangan yang indah, namun juga seni dan budaya yang beranekaragam. Salah satu contohnya adalah iklan pariwisata “Wonderful Indonesia” yang secara rutin mempromosikan pariwisata disetiap daerah di Indonesia melalui iklan yang diunggah dimedia sharing Youtube.

Dari berbagai macam iklan pariwisata “Wonderful Indonesia”, iklan pada episode “East Java” cukup menarik karena pada episode ini banyak menunjukkan keanekaragaman seni dan budaya daripada potensi alamnya. Dalam iklan tersebut ditampilkan bahwa Jawa Timur tidak hanya kaya akan budaya asli, namun juga budaya yang terakulturasi budaya asing. Untuk itu melalui metode semiotika Peirce, peneliti menganalisa representasi akulturasi budaya pada iklan pariwisata “Wonderful Indonesia” episode “East Java” menggunakan teori segitiga Peirce yang terdiri dari tanda, objek, dan interpretan.

Hasil dan kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa masyarakat Jawa Timur merupakan masyarakat plural atau masyarakat yang majemuk, yang pemikiran mereka terbuka untuk beradaptasi, untuk bertoleransi, untuk mau menerima perubahan, hal-hal baru dari luar Jawa Timur, sehingga masyarakat Jawa Timur sebagai kaum mayoritas dapat menerima dengan baik unsur-unsur minoritas yang masuk ke Jawa Timur.

Malang,2019

Peneliti



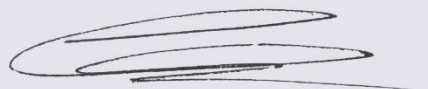
Wahyu Fiddiyan

Dosen Pembimbing 1



Dr. Muslimin Machmud, M.Si

Dosen Pembimbing 2



Novin Farid Setyo W, M.Si

DAFTAR PUSTAKA

Effendy, Onong Uchajana. 2002. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja

Rosdakarya.

———. 2004. *Ilmu Komunikasi – Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja

Rosdakarya.

Fiske, John. 2007. *Cultural and Communication Studies : Sebuah Pengantar*

Paling Komprehensif. Yogyakarta : Jalasutra

Featherstone, M. 1990. *Global Culture; Nationalism, Globalization, and*

Modernity. London: Sage

Hafied, Cangara. 2006. *Pengantar Ilmu komunikasi*. Jakarta: Grafindo.

Hall, Stuart. 1997. *Representation: Cultural Representations dan Signifying*

Practices. London: Sage Publications.

Khor, M. 2005. *Globalisasi dan Krisis Pembangunan Berkelanjutan*. Jakarta:

Gramedia.

Kriyantono, Rachmat. 1989. *Komunikasi Sosial Pembangunan*. Jakarta:

Universitas Terbuka.

Kurniawan. 2001. *Semiologi Roland Barthes*. Magelang : Indonesiatera.

Lechte, John. 2001. *50 Filsuf Kontemporer*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Lee, Monle dan Carla Johnson. 2007. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Kencana: Jakarta.

Levitt, T. 1983. *The Globalization of Markets*. Harvard Business Review.

Little John., Stephen W., 1996, *Theories of Human Communication*, Ohio:

Charles E. Merrill Company.

Mulyana, Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy dan Jalaluddin Rakhmat. 1990. *Komunikasi Antarbudaya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nawawi, Hadari. 1995. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Noviana, Ratna. 2002. *Jalan Tengah Memahami Iklan: Antara Realitas, Representasi, dan Simulasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Nurudin. 2004. *Komunikasi Massa*. Malang :Cespur

Piliang, Yasraf Amir. 2003. *Hipersemiotika, Tafsir Cultural Atas Matinya Makna*. Yogyakarta : Jelasutra.

Wibowo, Indriawan Seto Wahyu. 2011. *Semiotika Komunikasi*. Mitra Wacana

Media. Jakarta.

Rakhmat, Jalaluddin. 2002. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT Remaja

Rosdakarya.

Sam, D. L. 2006. *Acculturation: conceptual background and core components*.

Dalam Sam D. L. & Berry J (Eds.). *The Cambridge Handbook of Acculturation Psychology*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Soekanto, Soerjono. 1990. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.

Sudiana, Dendi. 1986. *Komunikasi Periklanan Cetak*. Bandung: Remadja Karya

CV.

Situs :

<http://www.indonesia.travel/>

<http://prof-arkan.blogspot.com/2012/04/akulturasi-sebagai-mekanismeperubahan.html>

<http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/pengabdian/poerwanti-hadi-pratiwi-spdmsi/asimilasi-akulturasi.pdf>

<http://balitbang.kominfo.go.id/balitbang/aptika->

ikp/files/2013/02/KONTRUKSITEORI-TEORI-DALAM-PERSPEKTIF-KAJIAN-BUDAYA-DAN-MEDIA-.pdf

<http://www.indonesia.travel/>

<https://www.youtube.com/watch?v=ruKqXQ2KtH4>

